

RINGKASAN

Kemunculan internet telah banyak memberikan pengaruh dalam dunia teknologi, ekonomi dan bisnis. *E-commerce* hadir sebagai solusi yang menawarkan kemudahan, kepraktisan, dan efisiensi, sehingga semakin diminati oleh berbagai kalangan, termasuk mahasiswa. Di FISIP Unsoed, mahasiswa menjadi salah satu kelompok konsumen aktif yang memanfaatkan platform *e-commerce*, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas dan gaya hidup mereka. Dalam konteks sosial yang terus berkembang, preferensi belanja *online* di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti diskon, kemudahan dalam bertransaksi, serta tren yang muncul di media sosial. Namun, fenomena ini juga menimbulkan potensi perilaku konsumtif yang dapat berdampak pada kondisi kebiasaan konsumsi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku belanja *online* mahasiswa FISIP Unsoed dan memahami bagaimana konsumsi digital menjadi alat untuk mengekspresikan identitas dan gaya hidup mereka.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan informan, yakni para mahasiswa FISIP Unsoed yang secara aktif dalam belanja *online* pada platform Shopee dan/atau Tokopedia. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memilih belanja *online* karena faktor kepraktisan, harga yang lebih murah, variasi produk, serta pengaruh media sosial. Platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia menjadi pilihan utama karena menawarkan diskon, promo menarik, dan fitur yang mempermudah transaksi. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa belanja *online* bukan sekadar aktivitas konsumtif, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas dan gaya hidup mahasiswa. Pemilihan merek dan jenis produk mencerminkan preferensi pribadi, status sosial, dan tren yang diikuti. Beberapa mahasiswa menggunakan belanja *online* untuk memperkuat citra diri mereka, baik melalui barang *fashion*, teknologi, maupun produk kecantikan.

Penelitian merekomendasikan agar studi lebih lanjut dapat dilakukan dengan membandingkan ekspresi identitas dalam belanja *online* antara mahasiswa dari berbagai latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat difokuskan pada bagaimana mahasiswa mengelola konsumsi di era digital guna menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Dengan meningkatnya konsumsi berbasis tren media sosial, mahasiswa diharapkan lebih kritis dalam membedakan kebutuhan dan keinginan agar tidak terjebak dalam pola belanja impulsif yang dapat berdampak negatif terhadap kondisi finansial mereka.

SUMMARY

The emergence of the internet has significantly influenced the fields of technology, economy, and business. E-commerce has emerged as a solution that offers convenience, practicality, and efficiency, making it increasingly popular among various groups, including students. At FISIP Unsoed, students have become one of the active consumer groups utilizing e-commerce platforms, not only to fulfill their daily needs but also as a means to express their identity and lifestyle. In an ever-evolving social context, students' online shopping preferences are influenced by various factors such as discounts, ease of transactions, and trends on social media. However, this phenomenon also raises concerns about consumerist behavior, which may impact their spending habits. Therefore, this study aims to analyze the online shopping behavior of FISIP Unsoed students and understand how digital consumption serves as a tool to express their identity and lifestyle.

The research employs a qualitative descriptive approach using purposive sampling to select informants, namely FISIP Unsoed students who actively shop online on Shopee and/or Tokopedia. Data was collected through in-depth interviews, observations, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman method. The findings indicate that students prefer online shopping due to practicality, lower prices, product variety, and social media influence. E-commerce platforms such as Shopee and Tokopedia are the top choices because they offer discounts, attractive promotions, and features that simplify transactions. Furthermore, this study finds that online shopping is not merely a consumerist activity but also serves as a means for students to express their identity and lifestyle. The selection of brands and product types reflects personal preferences, social status, and trends they follow. Some students use online shopping to enhance their self-image, whether through fashion items, technology, or beauty products.

The study recommends that future research compare identity expression in online shopping among students from various social, cultural, and economic backgrounds. Additionally, further studies could focus on how students manage their consumption habits in the digital era to avoid excessive consumerist behavior. As social media-driven consumption continues to rise, students are expected to be more critical in distinguishing between needs and wants to avoid impulsive shopping patterns, which may negatively impact their financial stability.